

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NILAI FUNGSIONAL DAN NILAI EMOSIONAL SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PALAPA BEACH HOTEL DI KOTA SINGKAWANG

Erik Sudarso ¹

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

Dosen Pembimbing I

Dr. Nur Afifah, SE, M.Si

Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

Dosen Pembimbing II

Dr. Erna Listiana, SE, M.Si

Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Perkembangan bisnis saat ini menunjukkan bahwa hampir semua produk atau jasa menghadapi persaingan yang kompetitif dalam suatu pasar. Hal yang sama juga terjadi dengan bisnis hotel yang ada di kota Singkawang, pertambahan hotel disetiap tahunnya tentunya akan menambah jumlah persaingan antar produsen hotel, terutama dalam kualitas pelayanan yang secara maksimal dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberikan kepuasan kepada konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap nilai fungsional, pengaruh kualitas layanan terhadap nilai emosional, pengaruh nilai fungsional terhadap kepuasan konsumen, pengaruh nilai emosional terhadap kepuasan konsumen, dan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Data penelitian diperoleh dengan cara kuesioner. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menginap di Palapa Beach Hotel. Teknik analisa data dengan SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versi 17. Tanggapan responden tentang variabel kualitas pelayanan, nilai fungsional, nilai emosional dan kepuasan konsumen dalam penelitian ini berada pada katagori tinggi.

Temuan penelitian ini menunjukkan semua hipotesis diterima, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap nilai fungsional, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap nilai emosional, kualitas pelayanan nilai fungsional dan nilai emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung, Besarnya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara lain: $X \rightarrow Y_1 = 0,818$, $X \rightarrow Y_2 = 0,718$, $X \rightarrow Y_3 = 0,41$, $Y_1 \rightarrow Y_3 = 0,21$, $Y_2 \rightarrow Y_3 = 0,27$ bahwa besarnya pengaruh langsung kualitas layanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y_3) lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung kualitas layanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y_3), melalui nilai fungsional (Y_1), dimana pengaruh langsung X terhadap Y_3 sebesar 0,41 sedangkan pengaruh tidak langsung X terhadap Y_3 melalui Y_1 sebesar 0,17. Dan pengaruh kualitas layanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y_3) lebih besar daripada pengaruh tidak langsung kualitas layanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y_3) melalui nilai emosional (Y_2), dimana pengaruh langsung X terhadap Y_3 sebesar 0,41 sedangkan pengaruh tidak langsung kualitas layanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y_3) melalui nilai emosional (Y_2) sebesar 0,19.

Kata Kunci: Kualitas layanan, nilai fungsional, nilai emosional dan kepuasan konsumen.

¹ Jl. Imam Bonjol, Pontianak, Kalbar, 78124. Email: erick_sudarso@yahoo.com